

DETERMINANTS OF MSME'S COMPETITIVE ADVANTAGE: DO DIGITAL COMPETENCY AND ENTREPRENEURIAL ORIENTATION MATTER?

Sofi Maya Sari^{1*}, Yunizar², Dina Sartika³

^{1,2,3}Departement of Management and Business, Faculty of Economics and Business,
Universitas Padjadjaran, Indonesia

E-mail : sofi17001@mail.unpad.ac.id¹, yunizar2017@unpad.ac.id², dina.sartika@unpad.ac.id³

ABSTRACT

One of the efforts to improve the competitive advantage in rapid technological developments, especially in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), is to maximize the potential of human resources. However, at this time human resources MSMEs' owners are not acceptable in digital competence and low ability to improve entrepreneurial orientation. The role of human resources consisting of digital competence and entrepreneurial orientation leads to the competitive advantages of micro, small and medium enterprises. The study used a quantitative approach, using multiple regression analyses to analyze a questionnaire sample of 180 micros, small, and medium enterprises manufacture of food products in Bandung City. Results showed digital competence and entrepreneurial orientation have positive effect on competitive advantage.

Keywords : Digital Competency, Competitive Advantage, Entrepreneurial Orientation, MSMEs

PENENTU KEUNGGULAN BERSAING PADA UMKM: APAKAH KOMPETENSI DIGITAL DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN PENTING?

ABSTRAK

Salah satu usaha untuk dapat meningkatkan keunggulan bersaing ditengah perkembangan teknologi yang pesat khususnya pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah dengan memaksimalkan potensi dari sumber daya manusia yang dimilikinya. Namun begitu saat ini sumber daya manusia atau pelaku usaha mikro, kecil dan menengah kurang akseptabel dalam penguasaan kompetensi digital serta rendahnya kemampuan dalam meningkatkan sikap orientasi kewirausahaannya. Peranan sumber daya manusia yang terdiri dari kompetensi digital dan orientasi kewirausahaan ini mengarah kepada keunggulan bersaing usaha mikro, kecil, dan menengah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan analisis regresi berganda untuk menganalisis sampel kuisioner sebanyak 180 pelaku UMKM industri pengolahan makanan di Kota Bandung. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kompetensi digital dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

Kata kunci : Kompetensi Digital, Keunggulan Bersaing, Orientasi Kewirausahaan, UMKM

PENDAHULUAN

Dunia bisnis saat ini sedang mengalami disrupsi dampak dari adanya perkembangan teknologi dan digital. Munculnya *Internet of Things* (IoT), *Advanced Robotics*, *3D Printing*, *Artificial Intelligence* serta teknologi lainnya yang memungkinkan perubahan dari sistem kerja secara konvensional menjadi terotomatisasi dan terintegrasi secara digital. Aktivitas rantai pasokan produk pun dikerjakan lebih efektif dan efisien.

Hal tersebutlah yang menuntut pelaku usaha untuk memastikan kembali bahwa mereka mampu memanfaatkan teknologi dan digitalisasi untuk memperoleh keunggulan bersaing (Xuhua et al., 2019). Begitu pun dengan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi diberbagai kota, salah satunya Kota Bandung. Salah satu golongan usaha yang mendominasi di Kota Bandung adalah industri pengolahan. Sayangnya, kontribusi industri pengolahan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dan laju pertumbuhan ekonomi cenderung mengalami penurunan (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2017).

Bahkan pemerintah yaitu Kementerian Koperasi dan UKM juga Kementerian Kominfo memiliki program 8 juta UMKM *Go Online* hingga tahun 2020 untuk mewujudkan visi *Digital Energy of Asia*. Namun begitu berbagai macam kendala masih dihadapi pelaku UMKM. Kendala muncul bersifat internal antara lain Sumber Daya Manusia (SDM), modal, akuntabilitas dan hukum. Disisi lain, kendala eksternal meliputi akses, iklim usaha dan infrastruktur (LPPI & Bank Indonesia, 2015). Beberapa faktor tersebutlah yang menghambat munculnya keunggulan bersaing dari pelaku bisnis. Agar dapat memunculkan daya saing pada UMKM, perlu diterapkan konsep keunggulan bersaing melihat semakin banyaknya pesaing dengan jenis usaha yang sama. Hal tersebut dilakukan guna menumbuhkan perekonomian serta berakhir pada ketahanan bisnis (Zultaqawa, Alexandri, & Hardinata, 2019).

Salah satu usaha untuk dapat meningkatkan keunggulan bersaing khususnya pada bisnis UMKM adalah dengan

memaksimalkan potensi dari Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimilikinya dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Fokus terhadap SDM karena SDM merupakan salah satu sumber daya yang memiliki potensi sebagai penguat dan pengembang perekonomian di Kota Bandung baik dalam skala daerah, nasional hingga global (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2017). Hal tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan SDM adalah salah satu sumber daya yang berhubungan dengan pengetahuan dan kontribusinya terhadap kinerja serta keunggulan bersaing (Ismail, Domil, & Isa, 2014).

Dalam bisnis, SDM atau Pelaku UMKM dituntut untuk mampu melakukan inovasi, meningkatkan pertumbuhan bisnis, menciptakan produk dan pelayanan yang terdiferensiasi serta kemampuan mengurangi biaya dalam aktivitas bisnis yang didukung dengan penggunaan teknologi untuk mendapatkan keunggulan bersaing (Xuhua et al., 2019). Namun melihat keadaan saat ini UMKM masih terkendala terkait kapasitas dan kualitas khususnya dari segi kompetensi yang dimiliki serta dari segi keterbatasan sumber daya produktif seperti informasi, pengetahuan, keterampilan dan teknologi (BAPPENAS, 2014). Sejalan dengan itu data menunjukkan 36 % pelaku UMKM di Indonesia masih menerapkan bisnis secara *offline*. Di samping itu, sebesar 37 % dari pelaku UMKM memiliki kemampuan *online* yang sangat mendasar, sebesar 18 % memiliki kemampuan online menengah dan sebesar 9% sudah menjalankan bisnis *online* yang berkelanjutan (Deloitte, 2015).

Seperti yang dijelaskan pada penelitian Vieru *et al* (2015) menyebutkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah masih kekurangan SDM yang memiliki kemampuan kompetensi digital yang memadai. Hal tersebut memperlihatkan bahwa SDM pada UMKM masih belum optimal dalam menguasai teknologi, informasi serta komunikasi.

Keterbatasan lainnya yang dihadapi UMKM adalah rendahnya kemampuan dalam hal meningkatkan sikap orientasi kewirausahaanya (Ashariyadi, 2016). Padahal orientasi kewirausahaan sangat penting bagi usaha dengan skala UMKM (Brouthers, Nakos,

& Dimitratos, 2015). Orientasi kewirausahaan itu sendiri membahas mengenai kemampuan dari perusahaan untuk mampu mengubah peluang kewirausahaan menjadi lebih kebaruan. Hal tersebut berhubungan dengan sikap berinovasi, proaktif dan mampu mengambil resiko yang ada. Pelaku usaha yang terampil dalam melakukan inovasi, proaktif dan mampu mengambil resiko maka akan mampu menciptakan ide-ide yang kebaruan. Sikap-sikap tersebut yang ada pada pelaku usaha serta dianggap penting untuk mencapai pertumbuhan dan keunggulan bersaing dari bisnis (Meutia, Ismail, & Ummi, 2017).

Salah satu aspek pendukung orientasi kewirausahaan adalah inovasi, karena dalam meningkatkan keunggulan bersaing dapat dilihat dari kemampuan individu dalam meningkatkan inovasinya (Herliana, 2015). Namun aspek inovasi ini belum menyebar keseluruh pelaku UMKM industri pengolahan di Kota Bandung melihat laju pertumbuhannya yang semakin menurun.

Sejalan dengan itu industri pengolahan skala UMKM Kota Bandung belum memiliki kemampuan yang memadai dalam hal orientasi kewirausahaan dan kemampuan dalam penerapan teknologi yang menyebabkan kurang cepat dalam menangkap peluang pasar dibandingkan usaha dengan kategori lainnya. Sementara, aktivitas bisnis yang didukung oleh orientasi kewirausahaan yang dimiliki pelaku usahanya akan menghasilkan pertumbuhan bisnis seperti adanya efisiensi bisnis, pangsa pasar yang lebih luas, peningkatan penjualan dan pendapatan, koordinasi operasi bisnis yang lebih baik, produk dan pelayanan yang lebih baik hingga cepat tanggap terhadap perubahan. Hal tersebut yang mendukung perusahaan agar mampu mendapatkan keunggulan bersaing dibandingkan dengan pesaing bisnis (Eggers, Kraus, Hughes, Laraway, & Snyckerski, 2013).

Berdasarkan kondisi UMKM yang telah dijelaskan di atas, maka perlu untuk membawa UMKM ke dalam bisnis berbasis ekonomi digital. Seperti yang dijelaskan pada penelitian terdahulu, pengadopsian teknologi dan digital yaitu *e-commerce* mampu menumbuhkan keunggulan bersaing UMKM (Xuhua et al., 2019). Pemanfaatan teknologi dan digital

tersebut tidak terlepas dari dukungan SDM atau pelaku usahanya. Perlu dilihat juga sejauh mana dukungan SDM tersebut dari segi kompetensi digital dan sikap orientasi kewirausahaannya, karena penelitian tentang hal tersebut dalam sektor UMKM masih terbatas. Oleh karenanya, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis bagaimana pengaruh kompetensi digital dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM industri pengolahan makanan di Kota Bandung.

TINJAUAN PUSTAKA

Kompetensi Digital

Kompetensi digital mengacu pada kemampuan yang melibatkan teknologi dan digital pada masyarakat secara percaya diri dan kritis untuk mendukung pekerjaan, kegiatan sehari-hari dan komunikasi serta didukung dengan keterampilan dasar teknologi, informasi dan komunikasi (Ferrari, 2013). Sedangkan menurut penelitian lainnya kompetensi digital itu terdiri dari aspek seperti kemampuan secara teknis, mengimplementasikan teknologi dan digital untuk mendukung segala aktivitas kehidupannya, memiliki sikap kritis pada teknologi digital yang ada, serta memiliki kecenderungan untuk ikut berkontribusi serta berkomitmen dalam kebudayaan digital (Ilomäki, Paavola, Lakkala, & Kantosalo, 2016). Pada akhirnya pelaku usaha yang memiliki kemampuan kompetensi digital yang memadai berdampak penting terhadap daya saing perusahaan dan berpotensi meningkatkan e-bisnis (Vieru et al., 2015).

H1: Kompetensi Digital berpengaruh dan positif terhadap keunggulan bersaing

Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan mengacu kepada perusahaan yang bergerak dalam inovasi pasar produk, menjalankan usaha yang berisiko dan muncul dengan inovasi yang proaktif untuk mengalahkan pesaing (Eggers et al., 2013). Memasuki era digital ini tantangan dalam bisnis silih berganti. Pelaku usaha dituntut untuk memiliki kemampuan kewirausahaan yang memadai agar dapat terus bersaing. Sejalan dengan penelitian terdahulu adanya sikap orientasi kewirausahaan seperti mampu

melakukan inovasi, bersikap proaktif dan mampu mengambil keputusan berisiko dapat meningkatkan keunggulan bersaing UMKM (Metekohy, 2013). Serta terbukti orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing (Suharto, 2018; Yaseen Zeebaree & Siron, 2017). Adanya orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan penting yang perlu dimiliki UKM untuk mengembangkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Lee, Lee, & Pennings, 2001).

H2: Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan dalam membuat keputusan dalam bisnis untuk membuat posisi yang aman di atas para pesaingnya. Mengungguli pesaing itu bukan hanya dari segi penyediaan produk ataupun jasa saja, melainkan dari segi memberikan harga yang lebih kompetitif, memberikan manfaat yang lebih walaupun produk yang ditawarkan sama (Xuhua et al., 2019).

Seperti yang disebutkan oleh Xuhua et al., (2019) adanya persaingan yang terus meningkat diberbagai bidang industri, penggunaan teknologi menjadi salah satu cara yang dihubungkan dengan keunggulan bersaing bagi usaha kecil dan menengah. Perusahaan tersebut cenderung memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan dan dapat meningkatkan kegiatan operasional yang lebih efisien (Chamsuk, Fongsuwan, & Takala, 2017).

H3: Kompetensi Digital dan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing.

METODE PENELITIAN.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat survey yaitu kuisioner. Penyebaran kuisioner dilakukan secara tatap muka atau dengan format kertas. Survey kuisioner dilakukan untuk mengumpulkan informasi mengenai gambaran responden penelitian serta tanggapannya mengenai kompetensi digital, orientasi kewirausahaan dan

keunggulan bersaing dari bisnisnya.

Populasi pada penelitian ini adalah para pelaku UMKM industri pengolahan makanan di Kota Bandung dengan kriteria tertentu yaitu yang menggunakan dukungan teknologi dan digital dalam bisnisnya seperti layanan *food delivery*, atau dompet digital ataupun kasir digital atau media sosial. Karena tidak adanya data riil mengenai jumlah pelaku UMKM dengan kriteria tersebut untuk saat ini, maka sampel ditetapkan minimal 5 kali dari jumlah indikator penelitian (Money, Page, Samouel, & Hair, 2010). Adapun jumlah indikator variabel pada penelitian ini sebanyak 36 indikator, maka didapatkan jumlah sampel yaitu 180 responden pelaku UMKM.

Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* karena adanya pertimbangan dan kriteria-kriteria tertentu dalam menentukan anggota populasi (Indrawati, 2015).

Pengukuran variabel kompetensi digital menggunakan kerangka kerja pengembangan kompetensi digital yang terdiri dari lima area yaitu *information, communication, content creation, safety, dan problem solving* (Ferrari, 2013). Berdasarkan gambaran area tersebut, dipilihlah tingkat kemahiran A (*foundation level*), karena kemampuan *online* pelaku UMKM tergolong sangat mendasar (Deloitte, 2015).

Orientasi kewirausahaan dilakukan pengukuran berdasarkan daftar pertanyaan yang diajukan oleh Eggers et al (2013). Pertanyaan berkaitan dengan sikap pelaku usaha dalam melakukan inovasi (lini produk baru, solusi baru yang kreatif dan pelopor produk baru), sikap proaktif (mencari peluang bisnis, target bisnis atau pasar baru dan solusi untuk kebutuhan pasar) dan pengambilan resiko (mengambil resiko dengan ide baru, menghargai strategi baru dan investasi berisiko (Eggers et al., 2013).

Untuk mengukur keunggulan bersaing, responden diberikan pertanyaan yang berhubungan dengan pertumbuhan bisnis (tingkat efisiensi bisnis, tingkat pangsa pasar serta tingkat penjualan dan pendapatan), inovasi (pengembangan aplikasi, cara perusahaan menjalankan bisnis dan cepat tanggap terhadap

perubahan), diferensiasi (akses pelanggan, mempercepat transaksi, dan produk atau layanan yang disesuaikan), dan pengurangan biaya (pemasaran, komunikasi dan kegiatan operasional bisnis) (Xuhua et al., 2019).

Berdasarkan ketiga variabel tersebut responden menanggapi jawabannya berdasarkan skala *Likert* (1= “sangat tidak setuju” sampai dengan 5= “sangat setuju”).

Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif serta uji statistik menggunakan analisis regresi berganda. Adapun model persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

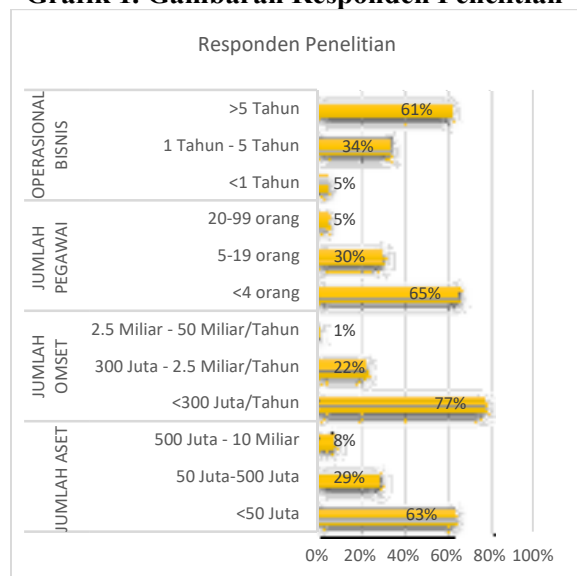
Dimana, Y adalah keunggulan bersaing; α adalah Konstanta; β_i adalah Koefisien regresi X_1 dan X_2 ; X_1 adalah kompetensi digital; X_2 adalah orientasi kewirausahaan; dan ε adalah faktor lain di luar penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Responden Penelitian

Berikut adalah gambaran pelaku UMKM industri pengolahan makanan di Kota Bandung:

Grafik 1. Gambaran Responden Penelitian



Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Berdasarkan Grafik 1. Mayoritas pelaku UMKM industri pengolahan makanan di Kota Bandung memiliki jumlah aset < 50 juta sebanyak 114 (63%), jumlah omset/tahun <300 juta sebanyak 138 (77%), dan jumlah pegawai

<4 orang sebanyak 117 (65%). Dapat disimpulkan kategori tersebut menunjukkan mayoritas pelaku usaha berada pada skala usaha mikro. Sedangkan operasional bisnis mayoritas sudah menjalankan bisnis selama >5 tahun, berarti semakin lama bisnis berjalan maka pengalaman yang didapatkan semakin beragam. Jenis usaha pengolahan makanan yang digunakan pada penelitian ini adalah rumah makan tradisional, tempat makan *street food* atau kaki lima, *cafeteria* (kantin dan kedai) dan tempat makan *all you can eat*.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada setiap variabel pada kuisioner penelitian ini, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* >0.6. Hasil menunjukkan kompetensi digital (0.929), orientasi kewirausahaan (0.950), dan keunggulan bersaing (0.947).

Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan variabel Kompetensi Digital (X_1) dan Orientasi Kewirausahaan (X_2) sebagai variabel independen. Sedangkan Keunggulan Bersaing (Y) sebagai variabel dependen, maka digunakan teknik analisis regresi berganda dengan hasil model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0.841 + 0.107 X_1 + 0.182 X_2$$

Konstanta bernilai 0.841, berarti jika nilai variabel kompetensi digital dan orientasi kewirausahaan memiliki nilai nol (0), maka nilai keunggulan bersaing 0.841.

Koefisien regresi kompetensi digital adalah 0.107, berarti kompetensi digital memiliki pengaruh yang positif terhadap keunggulan bersaing. Saat kenaikan satu satuan kompetensi digital, maka akan meningkatkan nilai keunggulan bersaing sebesar 0.107.

Koefisien regresi orientasi kewirausahaan memiliki nilai koefisien sebesar 0.182, berarti orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Saat kenaikan satu satuan orientasi kewirausahaan, maka akan meningkatkan nilai keunggulan bersaing sebesar 0.182.

Analisis Koefisien Determinasi

Hasil uji analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.295 ^a	.087	.077	.02820

a. Predictors: (Constant), Orientasi Kewirausahaan, Kompetensi Digital
b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 2. dapat dilihat bahwa nilai R^2 sebesar 0.077 atau 7.7 %, berarti variasi keunggulan bersaing yang dipengaruhi oleh kompetensi digital dan orientasi kewirausahaan sebesar 7.7 %.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh kompetensi digital dan orientasi kewirausahaan secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap keunggulan bersaing. Hasil uji parsial disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji t Kompetensi Digital

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.841	.162		5.203 .000
	Kompetensi Digital	.107	.174	.051	.615 .539
	Orientasi Kewirausahaan	.182	.057	.266	3.177 .002

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Berdasarkan tabel 2 atas nilai sig. kompetensi digital sebesar $0.539 > 0.05$ dengan nilai t_{hitung} $0.615 < t_{tabel}$ 1.97346, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, berarti kompetensi digital tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Sedangkan nilai sig. orientasi kewirausahaan sebesar $0.002 < 0.05$, dengan nilai t_{hitung} sebesar $3.177 > t_{tabel}$ 1.97346, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, berarti orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap

keunggulan bersaing.

Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel kompetensi digital dan orientasi kewirausahaan secara simultan (bersama-sama) terhadap keunggulan bersaing, berikut tabel hasil uji simultan:

Tabel 3. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	.013	2	.007	8.462
	Residual	.141	177	.001	
	Total	.154	179		

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing
b. Predictors: (Constant), Orientasi Kewirausahaan, Kompetensi Digital

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh nilai sig. $0.000 < 0.05$, dengan nilai F_{hitung} $8.462 > F_{tabel}$ 3.05, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kompetensi digital dan orientasi kewirausahaan secara simultan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Hasil penelitian didukung oleh keadaan pelaku UMKM industri pengolahan makanan di Kota Bandung yang mengalami resistensi perubahan dari operasional bisnis secara konvensional menjadi digital. Pada fase ini pelaku usaha membutuhkan dukungan teknologi dan digital untuk mendukung aktivitas bisnisnya seiring berkembangnya zaman. Disisi lain mereka masih memiliki keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi digital yang memadai (Vieru et al., 2015). Padahal hal yang menjadi prasyarat untuk dapat ikut andil pada era informasi atau era internet adalah literasi digital, tetapi tingkat literasi digital pelaku UMKM masih rendah (Erlanitasari, Rahmanto, & Wijaya, 2020).

Pelaku usaha mulai memanfaatkan beberapa *platform digital* seperti *food delivery*, dompet digital dan kasir digital. Namun mayoritas dari mereka lebih tertarik menggunakan *food delivery* dan dompet digital. Pemanfaatan *platform digital* tersebut dilihat

oleh pelaku UMKM mampu untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan keuntungan. Hal tersebut menunjukkan dengan adanya manfaat yang dirasakan, komitmen/ dukungan manajemen serta tekanan dari pihak eksternal mampu mempengaruhi penerimaan teknologi, internet dan e-bisnis (Ifinedo, 2011). Pemanfaatan teknologi dan digital pada UMKM bersifat evolusioner atau sedikit demi sedikit.

Keikutsertaan pelaku usaha masih pada tahap mengikuti alur, bahkan sulit untuk menerima adanya pembaharuan yang menyebabkan kemampuan kompetensi digitalnya berada pada kategori cukup kompeten. Hasil penelitian menunjukkan dengan adanya pemanfaatan *platform digital* menunjukkan adanya pertumbuhan bisnis yang didukung oleh bisnis yang lebih efisien, pangsa pasar yang semakin meluas, meningkatnya penjualan dan pendapatan. Hal tersebut menunjukkan meskipun terdapat bukti bahwa adanya dukungan bisnis digital bagi UMKM mampu menciptakan keunggulan bersaing, seperti dari segi pengurangan biaya, pertumbuhan bisnis, diferensiasi, dan inovasi (Xuhua et al., 2019). Namun begitu pelaku usaha yang mengalami resistensi dari konvensional menuju digital cenderung rendah dari sisi pengetahuan; wawasan mengenai Teknologi, Informasi, dan Komunikasi (TIK); keterbatasan mempelajari; memahami fungsi, proses, dan fasilitas TIK; cenderung mengoperasikan aplikasi standar; dan penggunaan TIK masih tergantung dengan pihak lain (Yanti, 2018).

Penjelasan tersebut menggambarkan kompetensi digital pelaku UMKM industri pengolahan makanan di Kota Bandung masih terfokus hanya pada aplikasi pesan antar *online* serta pembayaran non tunai, belum pada penggunaan aplikasi atau media *platform* lainnya. Penelitian terdahulu menunjukkan hasil bahwa dengan menggunakan *e-commerce* pelaku UMKM manufaktur mengalami pertumbuhan bisnis yang berpengaruh dalam memperoleh keunggulan bersaing (Xuhua et al., 2019).

Namun begitu berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial ditemukan bahwa bahwa kompetensi digital saja tidak serta merta mempengaruhi keunggulan bersaing. Sedangkan

pengujian secara bersama-sama atau simultan antara kompetensi digital dan orientasi kewirausahaan memiliki hasil yang positif dan signifikan mempengaruhi keunggulan bersaing.

Hal tersebut berarti pelaku usaha yang melek teknologi saja tanpa dibekali kemampuan bisnis yang baik maka tidak serta merta mampu memanfaatkan kecanggihan teknologi tersebut sebagai peluang bisnis yang dapat memberikan nilai tambah bagi usahanya. Sebaliknya, jika fitur-fitur teknologi tersebut dimanfaatkan untuk meningkatkan peluang usaha, maka akan meningkatkan keunggulan bersaing.

Tampaknya seseorang tidak mungkin mampu mengelola usaha hanya dengan kemampuan, keterampilan dan pengetahuan saja tanpa dibekali sikap kewirausahaan seperti berani dalam mengambil resiko, inovatif, mandiri, kreatif dan lainnya (Mahfud & Pardjono, 2013). Kompetensi digital dan orientasi kewirausahaan ini nampak saling melengkapi untuk mendorong munculnya pembaharuan dan juga adaptasi pelaku usaha dengan keadaan saat ini. Istilah saling melengkapi tersebut berpotensi meningkatkan pemahaman tentang mekanisme pelaku UMKM untuk memiliki keunggulan bersaing.

Pandangan ini memiliki makna secara komplementer yaitu pada saat pelaku usaha memiliki kompetensi digital yang superior dan didukung kapasitas inovasi yang tinggi maka akan mencapai keunggulan dibanding pesaing (Ravichandran, 2018). Studi empiris menunjukkan bahwa perusahaan yang inovatif dapat memanfaatkan sumber daya teknologi dengan lebih baik (Danneels, 2002). Selain itu kepemilikan sikap inovasi akan lebih memungkinkan seseorang untuk ikut serta dalam proses pembelajaran dan eksperimen, mampu mengatasi ketidakpastian yang tinggi serta lebih mampu mengambil resiko (Hurley & Hult, 1998). Bukan hanya dari sisi inovasi saja, melainkan pelaku UMKM pun perlu mengkombinasikan antara pendekatan proaktif dan reaktif dalam memanfaatkan teknologi digital agar tercapainya pengoptimalan sumber daya dan menjaga keberlanjutan bisnis (Kementrian Komunikasi dan Informatika, 2018).

Ravichandran (2018) pun berpendapat

pelaku usaha yang mencoba memanfaatkan *platform* digital untuk melihat kebutuhan pasar, biasanya akan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan sumber daya digital dan non-digital dalam sistem kegiatan yang saling berkaitan. Sehingga dapat menghasilkan keuntungan. Dengan demikian fokus kami memperluas teori tentang kompetensi digital ke kemampuan komplementer lainnya yaitu orientasi kewirausahaan dalam aktivitas mengembangkan pemahaman tentang penentu keunggulan bersaing.

Temuan pada penelitian ini memberikan dukungan pada pemikiran bahwa kompetensi teknologi dan informasi yang dikombinasikan dengan kemampuan ataupun aset pelengkap lainnya akan membuahkan nilai. Kombinasi kemampuan tersebut diharapkan mampu untuk bergerak ke arah keunggulan yang berkelanjutan (Kementrian Komunikasi dan Informatika, 2018).

Pada penelitian ini mayoritas responden adalah dari sektor industri pengolahan makanan tradisional seperti warung dan usaha rumahan yang terlihat masih kesulitan untuk mengaplikasikan teknologi, informasi dan komunikasi. Sektor usaha tersebut perlu diberikannya pendampingan dengan diimbangi oleh bantuan dari sisi regulasi, proses internasifikasi serta pengalaman untuk mampu menguatkan pemanfaatan teknologi yang lebih mumpuni.

Selanjutnya untuk mendapatkan keunggulan bersaing, pelaku UMKM perlu untuk menumbuhkan kembangkan secara berkelanjutan sikap orientasi kewirausahaan. Inovasi, proaktif dan pengambilan resiko yang menjadi hal penting untuk mencapai pertumbuhan dan keunggulan bersaing dari bisnis (Meutia et al., 2017; Eggers et al., 2013). Sejalan dengan itu orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing (Yaseen Zeebaree & Siron, 2017; Suharto, 2018).

Terlepas dari temuan tersebut, penelitian ini menunjukkan adanya dukungan *platform digital*. Pelaku UMKM beranggapan mampu meningkatkan keunggulan bersaing khususnya pada pertumbuhan dan diferensiasi. Namun hal tersebut masih belum diimbangi dengan

kemampuan inovasi produk, proaktif terhadap peluang bisnis dan mengambil keputusan yang beresiko.

Belum memadainya kemampuan inovasi pelaku UMKM karena mereka berfokus untuk menjual produk olahan makanan yang berasal dari resep turun temurun tanpa memikirkan pengembangan produk. Menjadi yang pertama dalam memasarkan produk dan melakukan inovasi produk makanan yang sulit ditiru. Hal yang membedakan dengan generasi sebelumnya adalah generasi saat ini mulai menggunakan dukungan teknologi digital didalam aktivitas bisnis. Dukungan teknologi dan digital pun belum diimbangi dengan sikap proaktif untuk memanfaatkan peluang bisnis yang ada. Padahal untuk dapat mencapai serta mempertahankan adanya sikap orientasi kewirausahaan pada saat pelaku usaha sedang memanfaatkan produk dan layanan, mereka perlu untuk terus melakukan eksplorasi peluang-peluang baru serta didukung inovasi yang spekulatif untuk dapat mempertahankan perusahaan (Eggers et al., 2013).

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi digital dan orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Temuan menunjukkan secara parsial kompetensi digital tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Sedangkan orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM industri pengolahan makanan di Kota Bandung, yang berarti pada saat sikap orientasi kewirausahaan meningkat maka keunggulan bersaing akan meningkat.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang didasari oleh *cross-sectional study* untuk mengetahui pengaruh antara kemampuan kompetensi digital, orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing pada UMKM industri pengolahan makanan di Kota Bandung. Pendekatan ini menggambarkan persepsi, dan pengalaman responden terhadap kompetensi digital, orientasi kewirausahaan, dan keunggulan bersaing pada periode waktu tertentu. Hal tersebut karenanya dapat berubah dari waktu ke waktu seiring

perkembangan zaman dan teknologi yang memerlukan penelitian yang dilakukan secara *longitudinal* diwaktu mendatang untuk memberikan bukti yang lebih kuat. Kedua, kerangka sampel yang digunakan memunculkan beberapa kendala yaitu menggeneralisasikan skala usaha UMKM. Oleh karenanya, penelitian berikutnya pada kompetensi digital dan orientasi kewirausahaan perlu untuk dikategorikan menjadi skala usaha mikro, kecil atau menengah, atau bisa juga dikategorikan Usaha Mikro dan Kecil (UMK) atau Usaha Menengah dan Besar (UMB), agar hasil penelitian lebih terfokuskan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ashariyadi. (2016). Geliat UMKM di Era MEA. In *Masyarakat Asean*. Retrieved from <https://www.kemlu.go.id/Majalah/MajalahMasyarakatASEANedisi12.pdf>
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2017). *Sensus Ekonomi 2016 Analisis Hasil Listing Potensi Ekonomi Kota Bandung*. Kota Bandung.
- BAPPENAS. (2014). *Laporan Analisis Daya Saing UMKM di Indonesia*. Jakarta.
- Brouthers, K. D., Nakos, G., & Dimitratos, P. (2015). SME Entrepreneurial Orientation, International Performance, and the Moderating Role of Strategic Alliances. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39(5), 1161–1187. <https://doi.org/10.1111/etap.12101>
- Chamsuk, W., Fongsuwan, W., & Takala, J. (2017). The Effects of R&D and Innovation Capabilities on the Thai Automotive Industry Part's Competitive Advantage: A SEM Approach. *Management and Production Engineering Review*, 8(1), 101–112. <https://doi.org/10.1515/mper-2017-0011>
- Danneels, E. (2002). The dynamics of product innovation and firm competences. *Strategic Management Journal*, 23(12), 1095–1121. <https://doi.org/10.1002/smj.275>
- Deloitte. (2015). UKM Pemicu Kemajuan Indonesia: Instrumen Pertumbuhan Nusantara. *Deloitte Access Economic*, 1–56. Retrieved from www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/id/Documents/finance/id-fas-sme-powering-indonesia-success-report-bahasa-noexp.pdf
- Eggers, F., Kraus, S., Hughes, M., Laraway, S., & Snyckerski, S. (2013). Implications of customer and entrepreneurial orientations for SME growth. *Management Decision*, 51(3), 524–546. <https://doi.org/10.1108/00251741311309643>
- Erlanitasari, Y., Rahmanto, A., & Wijaya, M. (2020). Digital economic literacy micro, small and medium enterprises (SMES) go online. *Informasi*, 49(2), 145–156. <https://doi.org/10.21831/informasi.v49i2.27827>
- Ferrari, A. (2013). Marc Comú de Competència Digital Docent. In *Borrador. INTEF*. <https://doi.org/10.2788/52966>
- Herliana, S. (2015). Regional Innovation Cluster for Small and Medium Enterprises (SME): A Triple Helix Concept. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 169(August 2014), 151–160. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.297>
- Hurley, R. F., & Hult, G. T. M. (1998). Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination. *Journal of Marketing*, 62(3), 42–54. <https://doi.org/10.1177/002224299806200303>
- Ifinedo, P. (2011). Internet/e-business technologies acceptance in Canada's SMEs: An exploratory investigation. *Internet Research*, 21(3), 255–281. <https://doi.org/10.1108/10662241111139309>
- Iilomäki, L., Paavola, S., Lakkala, M., & Kantosalo, A. (2016). Digital competence – an emergent boundary concept for policy and educational research. *Education and Information Technologies*, 21(3), 655–679. <https://doi.org/10.1007/s10639-014-9346-4>
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama.

- Ismail, M. D., Domil, A. K. A., & Isa, A. M. (2014). Managerial Competence, Relationship Quality and Competitive Advantage among SME Exporters. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 115(Icies 2013), 138–146. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.422>
- Kementrian Komunikasi dan Informatika, R. I. (2018). *Pola dan Strategi Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. 1–63. Retrieved from https://balitbangsdm.kominfo.go.id/?mod=publikasi&a=dl&page_id=530&cid=29&download_id=210
- Lee, C., Lee, K., & Pennings, J. M. (2001). Internal capabilities, external networks, and performance: A study on technology-based ventures. *Strategic Management Journal*, 22(6–7), 615–640. <https://doi.org/10.1002/smj.181>
- LPPI, & Bank Indonesia. (2015). *Profil Bisnis UMKM*. 136.
- Mahfud, T., & Pardjono. (2013). Praksis pembelajaran kewirausahaan pada unit produksi jasa boga. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 2(1), 27–40. <https://doi.org/10.21831/jpv.v2i1.1014>
- Metekohy, S. (2013). Pengaruh Strategi Resource-Based dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Kecil dan Usaha Mikro (Studi pada Usaha Jasa Etnis Maluku). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(1), 12–20.
- Meutia, Ismail, T., & Ummi, N. (2017). Improving anticipative learning through entrepreneurial orientation in small to medium size enterprises. *European Research Studies Journal*, 20(3), 758–767.
- Money, A. H., Page, M. J., Samouel, P., & Hair, M. W. J. (2010). *Essentials of Business Research Methods-2/E* (2nd ed.). Armonk: Sharpe, M.E. Inc.
- Ravichandran, T. (2018). Exploring the relationships between IT competence, innovation capacity and organizational agility. *Journal of Strategic Information Systems*, 27(1), 22–42. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2017.07.002>
- Suharto, I. K. S. (2018). The Influence of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation to Competitive Advantage Through Business Innovation: Study on Batik Trusmi Cirebon West Java Province Indonesia. *International Review of Management and Marketing*, 8(1), 19–27.
- Vieru, D., Bourdeau, S., Bernier, A., & Yapo, S. (2015). Digital competence: A multi-dimensional conceptualization and a typology in an SME context. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, 2015-March(April 2016), 4681–4690. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2015.557>
- Xuhua, H., Chosniel Elikem, O., & Akaba, S. (2019). Effects of business to business e-commerce adoption on competitive advantage of small and medium-sized manufacturing enterprises. *Economics & Sociology*, 12(1), 80–99. <https://doi.org/10.14254/2071-789x.2019/12-1/4>
- Yanti, V. A. (2018). Pengembangan Kompetensi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah dalam Memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Bandung dan Bogor. Institut Pertanian Bogor. (Doctoral disertation). Retrieved from <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/96029>.
- Yaseen Zeebaree, M. R., & Siron, R. B. (2017). International Review of Management and Marketing The Impact of Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage Moderated by Financing Support in SMEs. *International Review of Management and Marketing*, 7(1), 43–52. Retrieved from <http://www.econjournals.com>
- Zultaqawa, Z., Alexandri, M. B., & Hardinata, C. (2019). Competitive Advantages in Small and Medium Enterprises: A Study of Systematic Mapping. *AdBispreneur : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(16), 217–228. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/>